

Аннотация дисциплины

Маркетинговые исследования

Цель дисциплины:

- формирование теоретических и практических навыков проведения маркетинговых исследований для снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Задачи дисциплины:

- освоение методов и приемов проведения маркетинговых исследований;
- овладение практическими навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинговые исследования» является дисциплиной вариативной части основной образовательной программы и входит в модуль дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля (Блок 1 Содержательные модули дисциплин) для направления подготовки 38.03.01 «Экономика» профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», факультетский блок.

Краткое содержание:

Цели, задачи и направления маркетинговых исследований в условиях рыночной экономики. Планирование маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Использование выборочного метода сбора маркетинговой информации. Методы анализа маркетинговой информации. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях. Маркетинговые исследования товарных рынков. Маркетинговые исследования потребителей. Маркетинговые исследования товаров. Маркетинговые исследования цен и ценообразования. Исследование эффективности рекламы.